

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN CABAI RAWIT (*CAPSICUM FRUTESCENS*) DI KABUPATEN  
BOYOLALI**

***ANALYZE OF THE FACTORS THAT INFLUENCED THE PURCHASE DECISIONS  
OF SMALL CHILI IN BOYOLALI REGENCY***

**Sri Juningsih<sup>\*1</sup>, Bambang Mulyatno Setiawan<sup>2</sup>, Djoko Sumarjono<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Agribisnis, Departemen Pertanian, Fakultas Peternakan dan Pertanian  
Universitas Diponegoro

\*Penulis korespondensi : srijuningsih32@gmail.com

**ABSTRACT**

*The purpose of this research was to analyze the factors that influenced the purchase decisions of small chili in Boyolali Regency simultaneously and partially. This study was conducted from September to October 2018 in Musuk Sub-district, Boyolali Regency using the survey method. This study took 110 respondents by used accidental sampling method. The collected data includes primary data and secondary data. The data analysis technique used descriptive analysis and logistic regression analysis. The result of this research showed that lifestyle, attitude, quality, price and location simultaneously had a significant influence on purchasing decision. Lifestyle partially had a significant influence on purchasing decision.*

**Keywords:** *Defining factor, purchase decisions, small chili, logistic regression.*

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian cabai rawit di Kabupaten Boyolali secara serempak dan secara parsial. Penelitian ini dilakukan bulan September – Oktober 2018 di Kecamatan Musuk, Kabupaten Boyolali menggunakan metode survei. Penelitian ini menggunakan 110 responden dengan metode *accidental sampling*. Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup, sikap, kualitas, harga dan lokasi secara serempak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** Faktor penentu, keputusan pembelian, cabai rawit, regresi logistik.

**PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara penghasil cabai terbesar ke empat di dunia setelah Cina, Meksiko dan Turki. Indonesia mampu memproduksi cabai sebesar 1,61 juta ton (FAO, 2015). Kontribusi produksi cabai Indonesia lebih didominasi oleh produksi yang dihasilkan dari provinsi di Jawa. Selama lima tahun terakhir produksi cabai di Jawa mencapai 54,11% dari total

produksi cabai Indonesia atau sebesar 996,26 ribu ton per tahun (SekJen Kementerian Pertanian, 2017).

Kabupaten Boyolali merupakan suatu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki produksi cabai rawit terbesar dengan 32,79% produksi Jawa Tengah (Dinas Pertanian dan Perkebunan, 2017). Produksi cabai rawit di Kabupaten Boyolali pada tahun 2016 sebesar 495.315 kwintal (BPS Provinsi Jawa Tengah, 2017). Kecamatan Musuk merupakan wilayah penghasil cabai terbesar di Kabupaten Boyolali. Produksi tahun 2017 sebesar 190.011 kwintal atau sebesar 60,5% produksi Kabupaten Boyolali (BPS Kabupaten Boyolali, 2018).

Cabai rawit merupakan salah satu tanaman hortikultura yang penting untuk dibudidayakan karena cabai rawit memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Selain itu, cabai rawit juga memiliki kandungan protein, abu, dan *anthraquinone* paling tinggi di antara genus cabai yang lainnya (Ikpeme *et al.*, 2014). Cabai rawit banyak dikonsumsi masyarakat baik dalam bentuk segar maupun bentuk olahan sehingga cabai rawit banyak dipergunakan untuk konsumsi rumah tangga maupun sektor industri makanan.

Keputusan pembelian merupakan hal penting bagi masyarakat untuk mendapatkan produk berkualitas yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Masyarakat memiliki beberapa pertimbangan dalam menentukan dan memutuskan pembelian. Faktor-faktor pertimbangannya antara lain lokasi pembelian, harga produk, kualitas produk, gaya hidup serta sikap masyarakat terhadap produk tersebut (Saodah dan Malia, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian cabai rawit di Kabupaten Boyolali secara serempak; (2) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian cabai rawit di Kabupaten Boyolali secara parsial.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan September – Oktober 2018 di Kecamatan Musuk, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. Kecamatan Musuk ditentukan sebagai lokasi penelitian karena di kecamatan tersebut memiliki jumlah produksi cabai rawit terbesar di Kabupaten Boyolali.

Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* menggunakan metode *accidental sampling*. Jumlah sampel ditentukan dengan persyaratan Ferdinand (2014) jumlah sampel yang dibutuhkan paling sedikit 5 kali jumlah variabel indikator dan menurut Hair *et al.* (2010) dengan teknik *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) jumlah sampel yang baik berkisar antara 100-200 sampel, sehingga besarnya sampel dalam penelitian ini adalah 110 responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen cabai rawit, baik yang berperan sebagai pemakai, pembeli maupun pengambil keputusan pembelian produk.

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (daftar pertanyaan). Pengukuran instrumen penelitian menggunakan skala Likert. Skala likert pada penelitian ini menggunakan skor angka 1 yang bermakna sangat tidak setuju sampai dengan angka 5 yang bermakna sangat setuju.

Analisis deskriptif adalah suatu cara atau metode mengumpulkan, menyederhanakan, dan menyajikan data sehingga bisa memberikan informasi. Analisis ini dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, kemudian dipersentasekan berdasarkan jumlah responden kemudian persentase yang terbesar merupakan faktor yang dominan dari masing-masing variabel yang diteliti (Sugiyono, 2015).

Regresi logistik bertujuan untuk menguji apakah probabilitas terjadinya variabel terikat dapat diprediksi dengan variabel bebasnya (Ghozali, 2011). Model persamaan regresi logistik yang terbentuk sebagai berikut :

$$Y = \ln\left(\frac{P}{(1-P)}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \mu_i$$

Keterangan :

$$\ln\left(\frac{P}{(1-P)}\right) = Y = 0; \text{ keputusan konsumen tidak membeli cabai rawit}$$

$$Y = 1; \text{ keputusan konsumen membeli cabai rawit}$$

$\beta_0$  = Koefisien regresi

$\beta_{(1,2,3,4,5)}$  = Koefisien variabel

$\mu_i$  = Nilai error

P = Probabilitas

e = Eksponen

X1 = Gaya hidup (skor)

X2 = Sikap (skor)

X3 = Kualitas (skor)

X4 = Harga (skor)

X5 = Lokasi (skor)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Konsumen

Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah -----jiwa-----	Persentase -----%-----
Umur	≤ 20 tahun	17	17
	21 - 30 tahun	37	37
	31 - 40 tahun	27	27
	41 - 50 tahun	12	12
	≥ 51 tahun	7	7
Jenis Kelamin	Laki-laki	40	40
	Perempuan	60	60
Tingkat Pendidikan	SD	6	6
	SMP	12	12
	SMA/SMK	45	45
	Diploma	11	11
	Sarjana	26	26
Pekerjaan	Ibu rumah tangga	15	15
	Wiraswasta	9	9
	PNS	15	15
	Pegawai swasta	23	23
	Pelajar/mahasiswa	21	21
Pendapatan	Lainnya	17	17
	≤Rp.500.000	42	42
	Rp.500.001- Rp. 2.000.000	38	38
	Rp2.000.001- Rp. 3.500.000	12	12

Tabel 1. Lanjutan

Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah	Persentase
		----jiwa----	----%----
Pengeluaran	Rp3.500.001- Rp. 5.000.000	8	8
	≥Rp.5.000.001	-	-
	≤Rp.500.000	58	58
	Rp.500.001- Rp. 2.000.000	23	23
	Rp2.000.001- Rp. 3.500.000	12	12
	Rp3.500.001- Rp. 5.000.000 ≥Rp.5.000.001	4 3	4 3
Jumlah Anggota Keluarga	1-2 orang	7	7
	3-4 orang	70	70
	5-6 orang	21	21
	>7 orang	2	2

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diperoleh hasil mengenai karakteristik responden. Karakteristik responden pada penelitian ini dikelompokkan berdasarkan umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, pendapatan, pengeluaran dan jumlah anggota keluarga seperti tertera pada Tabel 1. Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa konsumen cabai rawit yang menjadi responden didominasi oleh perempuan dengan usia 21-30 tahun. Seluruh konsumen cabai rawit dengan pendidikan akhir SMA/SMK serta sebagian besar bekerja sebagai pegawai swasta dimana pendapatan dan pengeluaran perbulan ≤ Rp. 500.000 dengan anggota keluarga sebanyak 3-4 orang. Menurut Putri *et al.* (2017) jumlah pendapatan yang diperoleh seseorang berhubungan dengan jenis pekerjaan yang akan mempengaruhi seseorang untuk mengkonsumsi suatu produk.

Tabel 2. Hasil uji simultan dalam output *omnibus test of models coefficient*

		Chi square	Df	Sig
Step 1	Step	34.778	5	0,000
	Block	34.778	5	0,000
	Model	34.778	5	0,000

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Tabel 3. Hasil uji parsial dalam output *variables in the equation*

Variabel	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Gaya hidup	1,207	0,474	6,471	1	0.011	3,342
Sikap	0,343	0,359	0,912	1	0.304	1,409
Kualitas	-0,296	0,205	2,083	1	0.149	0,743
Harga	0,301	0,316	0,907	1	0,341	1,351
Lokasi	-0,199	0,381	0,273	1	0.601	0,819
Constant	-12,173	5,175	5,533	1	0,019	0,000

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan data pada Tabel 3. dapat diperoleh persamaan regresi logistik sebagai berikut :

$$Y = \ln\left(\frac{P}{(1-P)}\right) = -12,173 + 1,207X_1 + 0,343X_2 - 0,296X_3 + 0,301X_4 - 0,199X_5 + e$$

Berdasarkan analisis uji regresi logistik, dapat dilihat pada Tabel 2. dapat diperoleh hasil variabel gaya hidup (X1), sikap (X2), kualitas (X3), harga (X4) dan lokasi (X5) terhadap keputusan pembelian cabai rawit berpengaruh signifikan secara serempak.

Hasil uji parsial dapat dilihat pada Tabel 3. menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X1) secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian cabai rawit dan variabel sikap (X2), kualitas (X3), harga (X4) dan lokasi (X5) secara parsial tidak mempengaruhi keputusan pembelian cabai rawit.

Variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian cabai rawit dikarenakan responden sering mengkonsumsi cabai rawit, dalam menu sehari-harinya cabai rawit selalu ada, sering mengkonsumsi cabai rawit dalam bentuk segar dan sering berbelanja cabai rawit. Hal ini sesuai dengan pendapat Suryani (2008) yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ada 2 faktor. Faktor pertama adalah konsumen itu sendiri antara lain pikiran konsumen dan karakteristik konsumen yang meliputi demografi, gaya hidup, dan kepribadian konsumen. Faktor kedua adalah pengaruh lingkungan yang terdiri dari nilai budaya, pengaruh sub dan lintas budaya, kelas sosial, dan situasi yang menentukan.

Variabel sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian cabai rawit. Konsumen mengetahui bahwa cabai rawit merupakan pelengkap menu makanan dan memiliki nilai gizi serta vitamin yang baik untuk kesehatan, tetapi dalam pengambilan keputusan yang paling dominan adalah istri sehingga anggota keluarga hanya terpengaruh kepada pengambil keputusan. Hal ini tidak sesuai dengan pendapat Arfani *et al* (2013) yang menyatakan bahwa sikap konsumen merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen.

Variabel kualitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian cabai rawit. Konsumen beranggapan bahwa cabai rawit bagus atau tidak akan tetap dibeli namun kualitas cabai rawit di yang dijual di Kecamatan Musuk sudah cukup bagus, segar dan sebanding dengan kualitas cabai rawit yang dijual di tempat lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2008) yang menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian cabai rawit. Responden mengetahui bahwa harga cabai rawit di Kecamatan Musuk terjangkau, harga sesuai dengan keinginan, dapat dibeli dalam bentuk eceran dan harga lebih murah ketika membeli lebih banyak. Responden beranggapan bahwa cabai rawit merupakan suatu produk yang selalu ada dalam menu sehari-hari dan sebagai pelengkap menu makanan, sehingga harga berapapun konsumen tetap membeli dan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembeliannya. Hal ini sesuai dengan pendapat Rodrigues dan Tam (2010) yang menyatakan bahwa cabai rawit sering digunakan oleh rumah tangga sebagai bumbu masakan dan bahan obat.

Variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian cabai rawit. Konsumen mudah mendapatkan cabai rawit, cabai rawit selalu tersedia di Kecamatan Musuk karena pada kecamatan ini memiliki produksi tertinggi diantara kecamatan lain yang ada di Kabupaten Boyolali, terdapat fasilitas umum untuk ke pasar, dan lokasi pembelian cabai rawit dekat dengan pemukiman warga. Hal ini sesuai dengan pendapat Render dan Heizer (2015) yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi lokasi adalah kesiediaan produk dalam lingkungan masyarakat, kedekatan dengan pasar atau pusat pembelian suatu produk, kedekatan dengan bahan mentah, dan sumber daya alam yang lainnya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor gaya hidup, faktor sikap, faktor kualitas, faktor harga, dan faktor lokasi secara serempak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian cabai rawit di Kabupaten Boyolali.
2. Faktor gaya hidup secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian cabai rawit di Kabupaten Boyolali.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa faktor yang signifikan adalah faktor gaya hidup, sehingga dapat disarankan kepada masyarakat yang tidak memiliki kebiasaan mengkonsumsi cabai rawit agar menjadi terbiasa mengkonsumsi cabai rawit dikarenakan cabai rawit memiliki kandungan gizi yang baik bagi kesehatan dan pedagang dapat meningkatkan promosi tentang cabai rawit agar gaya hidup mengkonsumsi cabai rawit meningkat dengan memberikan informasi kepada masyarakat yang berkaitan tentang pentingnya makan cabai rawit bagi kesehatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arfani, A., M. Jufri., dan Salimah. 2013. Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam mengkonsumsi cabai merah (Studi Kasus : Pasar Brayan, Pasar Denai, Pasar Petisah, Pasar Marelani di Kota Medan). *J. Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 2 (9):1-11.
- Badan Pusat Statistik. 2017. Provinsi Jawa Tengah dalam Angka 2017. BPS, Jawa Tengah.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Kabupaten Boyolali dalam Angka 2018. BPS, Boyolali.
- Dinas Pertanian dan Perkebunan. 2017. Statistik Hortikultura. Provinsi Jawa Tengah.
- FAO. 2015. *Food and Agriculture Organization of the United Nations Statistical*. 2015. FAO.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kedua. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hair, J. F., W. C. Black, B. J. Babin, dan R. E. Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis, 7th edition*. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Heizer, J., dan B. Render. 2015. *Operations Management (Manajemen Operasi)*, ed.11, Penerjemah: Dwi anoegrah wati S dan Indra Almahdy. Salemba empat, Jakarta.
- Ikpeme, C. E., O. A. Okiri., dan P. Henry. 2014. *Comparative evaluation of the nutritional, phytochemical and microbiological quality of three pepper varieties*. *J Food Nutr Sci* 2 (3): 74-80.
- Putri, D., Yusmini, dan Eliza. 2017. Analisis bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen raudhah chicken di jalan durian pecan baru. *J. faperta*. 4 (2):1-15.

Rodrigues K.F., dan H.K. Tam. 2010. *Molecular markers for Capsicum frutescens varieties cultivated in Borneo*. J Pl Breeding Crop Sci 2 (6): 165-167.

Saodah, D.S. dan R. Malia. 2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayuran di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur). J. Agrosience. 7 (1):178-193.

Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian. 2017. Outlook Tanaman Pangan dan Hortikultura.

Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.

Suryani. 2008. Perilaku Konsumen : Implikasi pada Strategi Pemasaran. Graha Ilmu, Semarang.

Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran Edisi III. Andi, Yogyakarta.